

# 통일촌 유곡리 일상화 장소성 발굴과 유곡리 브랜딩

이희연(서울대학교 환경계획연구소)

김무한(서울대학교 환경계획연구소)

## I. 서론

본 연구는 분단 접경지역의 중심이라 할 수 있는 강원도 철원군의 통일촌 유곡리를 대상으로 하여 주민의 일상생활 속에서의 장소성 발굴과 이를 토대로 유곡리 장소 브랜딩의 필요성을 논한다. 기존의 DMZ 접경지역을 대상으로 한 많은 사업들이 DMZ 공간을 ‘닫힌 공간’ 또는 ‘접근불가지역’으로 보고 소극적으로 활용하려는데 그쳤고 단발성, 또는 일회성 행사에 치우쳐 왔다. 또한 DMZ 접경지역인 철원을 대상으로 이루어진 연구들의 대다수가 주로 생태, 관광, 안보, 통일 등을 다루고 있으며, 통일촌인 유곡리 주민들의 삶의 일상성은 별로 관심을 두지 않았다. 그러나 민통선 이북 마을이라는 독특성 때문에 지난 40여년을 철저히 통제된 채 살아온 유곡리 주민들의 애환이 담겨있는 유곡리의 장소 정체성에 대한 관심은 거의 없었다. 주민들의 숨겨진 애환이 쌓인 곳으로 정말 다양한 장소자산을 가지고 있지만, 이 자산을 브랜딩하지 못하고 있다. 따라서 통일촌 유곡리의 고유성과 독특성이 희석되어 가고 있는 현 시점에서 통일시대를 대비한 마을의 잠재성과 가치를 발굴하고 ‘열린 공간이

자 남북한의 평화적 공존과 통일의 마을’로 이미지를 개선할 수 있는 브랜딩이 필요하다.

통일촌 유곡리 주민의 일상생활 속에서의 장소성 발굴과 장소 브랜딩을 위해 서울대학교 환경계획연구소에서 주관하여 2015년 8월 10일~14일 동안 교수와 학생 65명이 철원을 직접 답사하였다. 특히 유곡리 주민 가가호호를 방문하면서 50여명의 주민들로부터 설문조사를 실시하였고, 유곡리 주민의 대표되는 10여명과는 1시간에 걸친 심층 인터뷰를 수행하였다. 뿐만 아니라 유곡리 주민들이 가지고 있던 추억의 사진 130여장을 스캔하여 사진 속에 담겨있는 지난 40여년 세월 속에 묻혀진 유곡리 일상화 장소성을 도출하고자 하였다. 이렇게 수집한 자료들과 각종 문헌 및 철원 관련 사진들을 토대로 하여 유곡리의 장소자산들을 도출하였으며, 이를 토대로 하여 유곡리의 장소 정체성과 유곡리 상징 이미지들을 표출하였다. 특히 유곡리의 정체성이 시대적 상황에 따라 어떻게 변화되어 왔는가를 밝히고자 유곡리의 정체성 변화의 결정적 계기 및 요인들을 신문기사 및 인터뷰 내용들을 토대로 하여 파악하였다.

## II. 이론적 배경 및 선행연구 고찰

### 1. 장소 브랜딩에 대한 이론적 배경

장소성이란 주어진 물리적 자연환경 속에서 살아가는 사람들의 일생생활과 이들의 의식, 가치관 등에 의해 형성되므로, 특정 장소가 지닌 장소성은 다른 장소들과는 차별되는 고유하고 독특성을 지니게 된다(Tuan, 1976). 특히 장소의 고유성 속에는 다양한 문화와 정체성이 담겨 있다. 장소 정체성은 발전 과정 자체가 연속적인 경로의존성(path dependency)을 가지기 때문에 시간적 변화에 따른 정체성의 변화 요소와 공동체의 정체성을 지속시키는 요인을 함께 고려하여야 한다.

장소 브랜딩 구축에 있어 가장 중요한 것은 브랜드 가치 형성의 핵심인 장소 정체성이다. 그 장소의 자원이 되는 자연환경과 인공환경 그리고 그 안에서 담고 있는 사회 문화 역사적 자원이 독특한 상징 이미지와 스토리텔링 요소들이 풍부할 경우 브랜딩 가치가 높아지게 된다.

이상의 이론적 배경에 비추어볼 때 아직 장소 브랜딩이 형성되지 않은 유곡리 브랜딩을 위해 유곡리의 정체성과 핵심가치 및 구성 요소들을 찾아내는 것이 필요하다. 즉, 유곡리 브랜딩은 유곡리의 지리적 특징, 마을의 환경, 그리고 그곳에서 살아온 주민들의 애환, 일상생활에서의 기억과 추억의 장소들은 유곡리 브랜딩을 위한 장소성의 형성 요소들이라고 볼 수 있다.

### 2. 선행연구 고찰

DMZ 접경지역에 대한 인식이 1990년대 이후 크게 달라지기 시작하면서 그와 관련된 연구들도 상당히 다양화되고 있다. 특히 1998년 금강산 관광을 시작으로 2000년대 들어와 개성공단이 조성되고, 비무장지대에 대한 관심과 남북한 관계가 비교적 긍정적으로 이루어지면서 안보와 평화라는 관점에서부터 생태와 환경, 관광 분야에 연구들이 이루어졌다.

유곡리를 포함한 민통선 이북마을과 접경지역을 대상으로 한 다양한 연구들이 활발하게 이루어졌다(박덕규 외, 2013, 손기웅 외, 2009). 대부분의 선행연구들은 DMZ 접경지역의 자연, 생태, 관광, 안보, 평화, 통일에 초점을 두면서 가능성을 논하고 있지만, 민북 마을 주민들의 삶 자체에 초점을 둔 연구는 거의 이루어지지 못하였다.

## III. 유곡리의 정체성 형성과 일상화 장소성 발굴

### 1. 유곡리 정체성 형성 및 변화 과정

유곡리는 근북면에 속한 마을로, 근북면은 1950년 전쟁 이후 수복되었으며, 1954년 수복지구임시행정조직법에 따라 민간인이 살기 시작하였고, 1963년 철원군에 편입되었다. 북한은 아직까지 근북면이 김화군에 소속되어 있으나, 우리나라는 김화군 일부와 철원군이 합쳐지면서 근북면이 철원군에 속하게 된 것이다.

유곡리의 정체성의 형성 및 변화과정은 역사적 사건과 연관 지어 볼 수 있다. 유곡리 마을은 1973년에 형성되었으며, 약 40여 년을 거치면서 여러 차례의 내 외적 변화를 통해 유곡리 장소 정체성은 지속적으로 변화되어 왔다. 유곡리 정체성 형성과 변화 과정은 크게 1973년 출발에서 1982년까지 철저히 통제된 생활 속에서 땀 흘리며 토지를 개간하던 애환의 시기, 1983-1990년대 중반까지 토지소유권 문제로 인해 갈등과 좌절로 얼룩진 시기, 1990년대 중반 이후~2000년대 중반까지 남북한 화해와 평화 분위기 속에서 외지인의 땅 투기 및 혼돈의 시기, 그리고 2000년대 중반 이후 현재까지 평화로운 마을로 통일을 향한 전초기지라는 희망을 바라보는 시기로 구분하여 살펴 볼 수 있다.

#### 1) 1973~82년: 철저히 통제된 삶, 땀으로 범벅이 된 애환의 장소 유곡리

1973년 경기도 파주의 통일촌과 같은 날 동시에 입주

한 유곡리는 파주 통일촌 80세대보다 20세대가 적은 60세대 230명으로 구성됐다. 이스라엘의 ‘키부츠’를 모방해 만든 ‘통일촌’ 유곡리는 남한이 이렇게 잘 살고 있다는 것을 보여주기 위한 목적으로 건설된 전략촌이다. 집들은 다 북한에서 잘 볼 수 있게끔 북향으로 지어져 햇볕도 잘 들지 않았다. 북녘 오성산이 코앞에 보이는 유곡리는 이전의 재건촌과는 달리 정부가 직접 나서 가구당 500만 원 이상의 거금을 지원할 정도로 파격적인 조건을 제시하며 전략적으로 구축한 마을이다. 이러한 파격적인 조건 때문에 당시 유곡리 입주 경쟁은 수십 대 일의 높은 경쟁률을 보였다. 군(郡)과 군(軍), 민·군 합동으로 구성된 입주민 심의위원회는 입주민의 연령과 가족 수까지 제한할 정도로 까다로운 입주조건을 제시했다. 당시 매우 어려운 경제상황에서 공짜로 집을 주고 논과 밭을 무상으로 분양하는 만큼 예비 후보자들이 몰려들었다. 예비 입주민들은 입주 전에 한 달 동안 정신교육과 영농교육을 받는 집체교육을 받기까지 했다. 입주민들은 1호부터 60호까지 ‘통일’이라는 글자모양으로 이루어진 연립주택에서 매일 저녁 군 보안부대원들의 점호를 받으며 생활했다. 입주 초기부터 주민들은 간첩과의 구분을 위해 빨간 조끼와 빨간 모자를 착용하고 일해야 했으며 저녁 점호도 받아야 했다. 또한 행여 월북 등의 돌발행동에 대비하여 술을 마시는 것도 금지되었고 술을 담그는 것조차도 허락되지 않았다.

유곡리 마을은 마을 한 가운데 도로를 중심으로 왼편과 우편으로 구분하여 우편부터 북서쪽 최단에 있는 집을 1호 집으로 시작해서 좌에서 우로 남동쪽 최단에 있는 60호까지 주택 번호가 할당되었으며, 주민들은 지금까지도 “XX 호 집”이라는 호칭을 부르고 있다.

## 2) 1983~95년: 토지 소유권 분쟁으로 갈등과 좌절로 얼룩진 분노의 장소 유곡리

1982년부터 1993년까지 시행된 ‘수복지역 소유자 미복구 토지의 복구등록과 보전 등기에 관한 특별법’ 제정에 따라 시작된 토지 소유권 분쟁은 유곡리만의 문제가 아닌 대부분의 민북마을 최대 쟁점이었다. 민간인의 출

입이 통제된 민통선 북방지역의 토지를 농토로 개간한 경작자들은 점유권이 이탈된 ‘주인 없는 땅’을 피땀 흘려서 옥토로 만든 만큼 법적으로도 유리할 것으로 생각했었다. 그러나 법원은 “민통선지역의 유희지를 경작자에게 분배한 것은 임시적 조치에 불과한 것으로 소유권 자체를 부인하는 구속력을 가지지 못한다”며 토지 소유권자의 권리를 인정해주었다. 이 때문에 유곡리 주민들은 소유자로부터 땅을 매입하거나 소작료를 주고 임대할 수밖에 없었으며, 땅을 소유할 수 없었던 입주민들과 토지 원소유자 사이에서 빚어졌던 심각한 갈등은 아직도 앙금으로 남아있으며, 유곡리 주민들의 분노를 자아냈다. 황무지였던 땅을 주민들이 입주해 개간하여 옥토를 조성하였는데, 수십 년간 경작해온 토지가 타인에게 등기할 수 있게 되는 바람에 유곡리 주민들은 그동안 가꾼 농토를 빼앗기게 되는 수모를 겪었다.

이러한 토지분쟁을 겪으면서 입주 당시부터 생활했던 원주민의 절반 가까이 ‘민통선 이남 마을’로 나가는 아픔을 겪기도 했다. 토지분쟁을 겪으면서 초기 입주민들이 떠난 것을 가장 가슴 아파하는 유곡리 전 이장은 “정부서 논·밭을 무상으로 준다고 해서 들어왔는데, 황무지를 옥토로 바꾸니까 도로 빼앗아가는 경우가 어디 있느냐”며 한숨을 지었다.

당시 정부에서 토지 원소유자를 고려하지 않은 채 제멋대로 줄을 그어 나눠주는 바람에 토지 문제가 매우 복잡하게 얽히게 됐고 토지 분쟁은 지금도 진행 중이다. 이와 같은 유곡리의 토지소유권 문제로 인한 갈등과 아픈 경험은 미래 통일 후 북한의 토지 소유권 문제 해법에도 중요한 의미를 지닐 것이다.

## 3) 1995~2005년: 토지 투기, 외지인 땅 소유, 전원마을의 상징적 장소 유곡리

정부는 1995년부터 민통선 인근 지역을 개발 또는 보전하기 위한 ‘통일 기반 조성을 위한 접경지역 지원에 관한 법률안’을 추진하기 시작하였다. 이 법안 추진은 비무장지대 및 접경지역이 향후 남북간 경제협력 등 접촉과 교류가 본격화될 경우 중요 거점이 될 수밖에 없다는

판단에 따라 이 지역을 세계 평화를 상징하는 평화지역(Peace Zone)으로 만든다는 구상에 근거한 것이다. 이러한 분위기 속에서 민통선 북방 지역의 관광개발도 본격화되었다. 강원도 철원군은 제2땅굴과 전적지를 중심으로 안보 관광코스를 개발하였고, 1997년부터는 지방자치단체가 민통선 북방 지역을 안보관광 상품화하여 여행사들에게도 좋은 기회가 주어졌다. 이 밖에 사회단체 환경단체를 중심으로 문화탐방·생태기행 형식의 비영리 학술탐방도 이루어졌다.

그러나 화해 분위기 조성은 예상치 못한 토지 투기 붐을 가져왔다. 2000~05년 동안 민북마을에 ‘부동산 광풍’이 불어왔다. 2000년에 3만 원대에 머물던 농경지가 배 이상 오른 6만~7만 원에 거래되면서 2002년 76건이던 거래량이 2003년에는 227건으로 3배나 증가했다. 이러한 지가(地價) 상승은 향후 부동산 투자가치에 대한 사람들의 기대심리 때문이었다. 외지인들이 유곡리 땅을 사들이면서 유곡리 주민이 소유한 유곡리 땅은 크게 줄어들었다. 민북마을인 유곡리가 이와 같이 부동산 투기 붐 장소로 상징성을 가질 수 있었던 것은 ‘이 일대가 자연생태계가 잘 보전되어 미래를 위해 개발이 유보된 잠재력이 있는 땅’이라는 생각 때문이며, 더 나아가 노인들의 노후에 거주할 전원마을로의 이미지를 그린 것이라고도 볼 수 있다.

#### 4) 2005년 이후~ 현재: 평화로운 마을, 점차 잊혀져가는 마을, 통일의 전초기지로의 희망을 내다보는 유곡리

유곡리 전체는 계획관리지역으로 용도가 지정되어 있으며, 유곡리 총면적(78,789㎡) 가운데 대지가 58.6%를 차지하며 전답은 약 14.3%를 차지한다. 유곡리는 주민들 주소, 토지대장 등에는 근북면으로 표기되어 있지만, 근북면에는 면사무소가 없기 때문에 모든 행정 업무는 김화읍 사무소에서 처리하고 있다. 2004년 6월을 기점으로 하여 그동안 이 마을에 자주 들리던 대북방송이 중단되면서 유곡리는 아주 평화로운 마을로 다른 농촌과 다름없는 자연 환경이 매우 쾌적한 마을 분위기가 조성되었다.

그러나 건축한 지 약 40년이 된 오래된 주택과 생활편이시설이 없는 마을에 더 이상 젊은이들이 살지 않게 되고 원 입주민들도 사망하거나 다른 지역으로 이주하면서 인구는 점차 감소되었다. 입주 당시 230명이던 유곡리 주민이 현재 주민등록상 인구는 118명이지만 실제 답사하면서 파악한 결과 46가구에 60~70명 주민이 거주하고 있으며, 주택 60호 중 14호가 실제 비거주하는 빈집 상태로 남아있다. 현재 유곡리에 거주하는 주민들의 약 70%는 대부분 입주 1세대의 고령자이다. 유곡리의 특수성은 점차 희석되고 있지만, 유곡리의 마을 형태는 최초 입주 당시 옛 모습에서 달라진 것 없이 별로 없다. 유곡리 마을은 진입에는 넓은 마당과 버스 정류장 등이 있고 그 뒤로 격자형 구조로 60세대가 병렬로 위치하고 있다. 심지어 슬레이트 지붕이 아직까지 그대로 있다. 최근에 들어 넓은 마당에 비닐하우스 등을 설치하여 고추 농사 등을 짓고 있으며 그나마 주택 상태가 양호한 집들의 경우 확장 공사나 실내 구조 변경 등을 통해 주택 개량이 이루어졌다. 한 가지 특징적인 사실은 집 호수 별 번호를 초기 주어졌던 그대로 마을 주민들이 부르고 있다는 점이다. 마을의 남단에 있는 유곡리의 유일한 학교인 유곡초등학교는 젊은이들의 전출로 인해 폐교되었으며 서울시와 철원군의 협약에 따라 캠핑장 및 직거래장터로 조성될 예정으로 공사가 진행 중이다.

유곡리 주민들에게 설문조사와 인터뷰를 실시한 결과 주민들은 유곡리가 마을 출입을 통제하기 때문에 범 죄도 없고 오히려 마을이 안전하며 자연환경이 쾌적한 살기 좋은 마을이라고 답하였다. 그러나 유곡리가 가지고 있던 전통적인 유대감은 점차 사라져가고 있었다. 주민들 가운데 마을에 대한 소속감이 강하지 않다는 응답이 41%로 소속감이 강하거나 비교적 강하다는 응답(32.7%)보다 높게 나타났다. 특히 입주 초기에 비해 마을에 대한 애착과 소속감이 많이 약해졌다는 의견이 공통적이었다. 그러나 이웃 간에 대한 신뢰도가 강하다는 응답이 55.1%로 이웃 간의 관계가 비교적 좋은 것으로 나타났다. 이는 힘든 시절을 같이 보내고, 마을 내에서 항상 같이 있었기 때문에 자주 어려움을 함께 한 사람들 간에 서만 느끼는 끈끈한 이웃 정임을 말해준다. 또한 접경지



역인 유곡리에 살면서 느끼는 불안감은 응답자의 71.4%가 거의 없다고 답하여 현재 유곡리 주민들은 초기 입주 시에 가졌던 불안감은 거의 사라졌음을 말해준다.

유곡리 주민들은 통일이 안 될 것이라는 의견이 44.9%, 잘 모르겠다는 의견이 30.6%로 나타나서, 통일에 대한 가능성을 상당히 낮게 생각하고 있다. 실제 주민들과의 인터뷰를 통해 주민들은 접경지역에 거주하면서 남북 관계의 변화를 가장 가까이서 관찰하면서 오히려 통일에 대한 감각이 무뎠다는 느낌을 받았다(사실 유곡리에 머물던 첫날 8월 10일 지뢰 사건이 북한 소행임을 알리는 뉴스가 속보로 보도되었다). 하지만 통일이 되면 유곡리가 발전할 것이라는 생각이 64%를 차지하였다. 이는 통일이 되면 유곡리는 금강산 철도 복원이 되면 접근성이 상당히 양호해지기 때문에 마을이 발전할 것이라는 기대감을 가지고 있다.

취약한 유곡리의 생활환경은 개조사업(2015~17년)을 통해 개선될 예정이다. 이 사업의 핵심은 이미 40년이 지난 60가구의 지붕 슬레이트 교체와 소화천(유곡천) 정비사업 그리고 폐교인 유곡초교를 활용한 가족체험시설 조성사업(서울시에서 예산을 투입하여 주도함)이다. 또한 사용하지 않고 방치되고 있는 재래식 화장실 수 10개도 포함된다. 현재 마을회관 앞 놀이터 공간은 사용하지 않는 공간으로 방치되어 있는데, 낙후된 공간을 소공원(휴식공간)으로 조성하여 주민들이 모일 수 있는 마을 커뮤니티공간을 만들고, 기존의 놀이기구를 활용하여 통일의 의미를 담은 공원을 조성할 예정이다. 또한 야의 휴식공간을 제공하여 휴식과 소규모 운동이 가능한 공간으로 변모시켜 마을주민의 편익증대와 생활여건 개선, 주민들 간의 사회적 교류 및 유대감 증진시키려는 계획을 세우고 있다.

## 2. 유곡리 주민의 일상화 장소성 발굴

본 연구에서는 유곡리 주민들이 일상적인 삶 속에서 기억이 남는 장소들을 추출해내기 위하여 입주 당시부터 거주하고 있는 13 가구를 방문하여 주민들이 가지고 있던 사진들과 사진 속에 들어있는 이야기를 듣고 또 설

문을 통해 유곡리 주민의 일상생활 속에 남아있는 공통적인 장소를 찾아내었다. 그 결과 지난 40여 년 간 유곡리 주민들 기억 속에 남겨진 스토리가 많은 장소들은 아래 그림과 같다.

유곡리 주민들과의 사진 인터뷰를 통해 과거 공통의 기억이 있는 장소들로는 백골 OP, 멸공 OP, 끊어진 철길, 그리고 유곡초등학교와 각 세대별 마당과 마을 길 등이었다. 백골 OP, 멸공 OP, 끊어진 철길은 마을 주민들의 야유회와 소풍의 장소로 언급되었고, 유곡초등학교는 자녀들의 운동회와 발표회 등 기억 속에 배경이 된 장소들이다. 특히 마을에서 가장 안전하고 넓은 운동장은 마을 주민들의 공동 여가 공간으로 애용되었다. 마을 주민들의 초기 입주시기와 그 이후의 많은 애환들 가운데 백골 OP, 멸공 OP, 끊어진 철길은 남북대치라는 극도의 긴장 상태 중에도 마을 주민들에게는 긍정적 공통 기억의 장소들로 남아 있다.

## IV. 통일촌 유곡리의 브랜딩

### 1. 유곡리의 상징 이미지

장소 브랜딩을 위해서는 차별화된 ‘장소 자산에 기반한 상징 이미지’를 정립하는 것에서 출발하여야 한다. 본 연구에서는 그 동안 신문이나 언론에서 유곡리에 대해 언급된 단어들과 실제로 학생들이 유곡리 마을에서 4박 5일을 지내면서 인지하였던 이미지들을 수집하여 열거한 후, 이러한 상징 이미지 가운데 가장 핵심 가치를 추출하고 이를 브랜딩하고자 하였다.

유곡리에 대한 상징 이미지는 주로 민북마을의 통제된 생활상과 대북을 겨냥한 전략적, 정치적 마을, 분단의 아픔을 느끼는 장소로의 이미지가 대부분을 차지하고 있다. 반면 서울대학교 환경대학원 학생들이 유곡리에 머물면서 유곡리에서 체험한 상징 이미지는 “유곡리의 일상은 역사적 가치를 지니며 보존되어야 하며 알려져야 한다.”는 것이었다.



그림1. 유곡리의 주요 스토리텔링 장소들

## 2. 유곡리 브랜딩을 위한 핵심적 브랜드 가치

유곡리는 자연적·생태적 조건에 의한 고립은 아니지만, 분단이라는 특수한 상황 속에서 통제되어 있었기 때문에 독특한 사회 문화적 특징을 가지고 있다. 유곡리는 최초 60세대가 입주했으나 이 중 절반가량은 주로 전역을 앞둔 현역 장교와 하사관들이었다. 전국 각지에서 왔기 때문에 전국 각지의 언어 습관과 군사 용어 등이 혼재한 새로운 언어 생활 형태가 나타나고 있는 곳이다. 입주민들이 전국 각지에서 모여들어 서로 다른 이질적 문화(군 출신과 일반인)가 융해되어 있으며, 여기에 접경지

특유의 군사 문화까지 스며들어 있다. ‘민통선 1세대’로부터 분가한 주민들이 통행 제한을 받고 살면서 이주 당시의 언어와 생활습관이 고스란히 보존되어 있지만, 일상 생활에 군사문화가 유입되어 있다. 이러한 독특한 문화환경이 유곡리 브랜딩을 위한 가치 중의 하나가 될 수 있다.

접경지역, 특히 통일촌 유곡리에 대한 가치와 이를 통한 브랜딩은 보는 관점에 따라 상당히 달라질 수 있다. 통일과 평화·미래를 위해 유곡리의 장소성을 이용하고 브랜딩해야 한다는 것이 과제이면서도 앞으로 통일을 내다보면서 유곡리의 장소성을 어떻게 이용할 것인가에 대해서는 다양한 견해들이 표출될 수 있다. 한편으로 통일이

되면 유곡리는 기억 속에서도 사라질 수밖에 없는 한시적 지대이기 때문에 통일을 앞둔 문턱에서 유곡리 장소 브랜딩에서 풀어가야 할 큰 과제이다.

유곡리를 답사하고 또 주민들과의 만남을 통해 유곡리 브랜딩을 위한 핵심적 브랜드 가치 또는 정체성을 “군사적 긴장감이 짙었던 유곡리 마을 안에서 주민들의 애환의 일상과 기억들, 그리고 주민 개개인의 삶의 진솔한 이야기가 있는 마을”이라고 말할 수 있다.

### 3. 유곡리 주민의 삶: 스토리텔링

#### • 어머니, 좀만 참으세요

내가 이 마을에 조건이 딱, 딱 맞아서 들어왔지만서도 너무나 무아쉬운 게 있어. 그 때는 말이야. 어머니를 못 모셨다고 부양 가족이 없고 가족도 5명 이내여야지만 먼저 들어올 수가 있었어. 그래서 우리 어머니 보고 싶을 때 어떻게 했는 줄 알어? 도라

무통(드럼통) 있제? 도라무통. 노인네를 거기에 놓고 내 차 뒤에 얹어놓는 거야. 어머니 밑에 조금 숨이나 쉬시게끔. 둘 같은 걸 괴고 얹어놓는 거여. 초소 지날 때까지만. 참으시라고. “어머니, 거의 다 왔어요. 조금만, 조금만 더 참아보셔요” 아이고, 시방 생각해보니 어찌나 우스운지 말이야. 근데 그때는 어머니한테 죄송하고 또 초소에서 걸리든 어찌나 조마조마하게 왔다는 거 아녀. 그리고 또 그때는 차가 다니는 길이 없어서 짜. 멀리 돌아와야 했어. 그러면 오는 길목에서 술도 한 병씩 까먹고. 딱딱한 병만 먹자고 했는데 또 그게 맘대로 돼? 하나씩 더 까먹고. “어머니 이제 진짜 다 왔어요.” 이것도 다 추억이지.

### 4. 유곡리 CI와 로고

일반적으로 장소의 정체성은 CI와 슬로건에 집약되어 나타나기 때문에 장소 브랜드 슬로건과 로고는 기억되기 쉽고 해당 장소의 특성을 잘 반영한다. 유곡리를 답사하였던 학생들의 아이디어 공모를 통하여 산출된 유곡리의 로고와 슬로건들은 아래와 같다.

#### 매콤달콤 유곡리

<p>기억이 쉽고 특산물에 대한 광고와 마을 이미지를 홍보할 수 있는 브랜딩</p>	
<p><b>매콤</b></p> <p>황무지에서 비옥한 토지로 개간, 고된 삶과 이들의 터전에 대한 굳은 의지의 맛</p>	<p><b>달콤</b></p> <p>개척정신으로 일궈진 논과 밭, 깨끗하고 아름다운 자연환경을 즐기는 행복의 맛</p>

·DMZ(DeMilitarized Zone)에서 DWZ(Developing Warm Zone)로

유곡리의 발전 가능성과 마을 주민들의 따뜻함과 친절함 일반인들도 많이 찾아와 따뜻함을 느낄 수 있는 지역

·유곡리 철원 5행시

유일무이한 통일촌 유곡리에  
곡갱이와 삼으로 일궈낸 이곳에  
리(이) 세월을 견뎌내어 함께 했네  
철책따라 갈라진 한반도에서  
원 없이 오갈 수 있다면

·민간인통제구역 CCZ(Civilian Control Zone)에서 Corean Cuddle Zone으로

민간인 통제 구역에서 이제는 사상과 국경을 뛰어넘어 서로를 포옹(Cuddle)하고 감싸주는 지역으로의 변화

·유곡리 철원 5행시

유곡리에게 주어지는 새로운 가능성  
- ‘소통과 화해의 직접적인 통로’  
- 유곡리의 지리적 이점(한반도 중심, 남과 북을 잇는 금강산 관광의 길목)  
- 통일의 전초기지 역할  
- 유곡리가 남과 북을 이어주는 새로운 관문



동일 한반도로 가는 새로운 동로  
-New Gateway  
of United  
Korea

그림 2. 학생 공모를 통해 선정된 유곡리 로고 및 슬로건

## V. 결론

본 연구는 강원도 철원군의 통일촌 유곡리를 대상으로 하여 주민의 일상생활 속에서의 장소성 발굴과 이를 토대로 유곡리 장소 브랜딩에 대해 고찰하였다. 유곡리는 지난 40여년을 거치면서 여러 차례의 내 외적 변화를 통해 장소 정체성이 지속적으로 변화되어 왔다. 공포와 위험이 도사리고 있지만, 땅과 집을 얻을 수 있다는 희망으로 애환을 견디면서 버티어온 유곡리 마을 주민들의 삶 자체가 엄청난 자산이 될 수 있다. 독특한 장소자산을 가진 역사와 문화가 숨 쉬는 곳이지만, 세대 교체 속에서 장소의 정체성이 점점 사라져 가고 있으며, 분단의 아픔을 체험하였던 세대가 점점 사라져가고 있다. 일제강점기—북한 치하—분단의 세월 속에서 격동기를 살아온 주민들의 삶 자체를 브랜딩하기에 충분한 곳이 바로 유곡리이다.

유곡리 장소 브랜딩은 유곡리에 잠재되어 있는 기억의 의미를 구체적으로 드러내고 현재 주민들의 삶 속에서 미래를 향한 새로운 희망을 부어주는 계기가 될 수도 있다. 분명 유곡리는 다른 장소보다 분단 현실의 아픔과 고통을 자아낸 곳이지만 동시에 통일로 향하는 꿈과 희

망을 배태하고 분단 극복을 논하는 장소로 점차 변화되어가고 있다.



## &lt;참고문헌&gt;

- 김창환 이태희, 2013, GIS를 이용한 민북마을의 분포 변화에 관한 연구, 한국사진지리학회지, 23(1), 121-140.
- 김홍배 김영봉, 2008, 남북한 평화증진을 위한 접경지역의 협력적 이용 방안, 통일정책연구, 17(1), 401-426.
- 박덕규 외, 2013, DMZ 생태 문화 자원개발을 통한 지역 활성화 방안, 경제인문사회연구회.
- 박덕규 이은주, 2014, 분단 접경지역 문학공간의 의미-철원 배경의 소설을 중심으로, 우리문학연구, 43, 387-421.
- 박동수 황명숙, 2007, 지역브랜드 자산의 결정요인과 지역경쟁력에 관한 연구, 경영연구, 22(1), 331-362.
- 손기웅 외, 2009, 접경지역의 평화지대 조성을 위한 남북 교류 활성화 방안, I, II, 통일연구원.
- 어정연, 2013, 장소가치의 형성요소가 장소선호도에 미치는 영향에 관한 연구, 국토지리학회지, 47(2), 169~181.
- 이경화 김주연, 2011, 장소 브랜딩을 통한 공간의 브랜드 정체성 구축에 관한 연구, 한국공간디자인학회 논문집, 9(1), 59-71.
- 이병민 외, 2013, 창조적 장소브랜딩 전략을 위한 연구, 인문콘텐츠, 29, 165-187.
- 이무용, 2003, 장소마케팅 전략에 관한 문화정치론적 연구: 서울 홍대지역 클럽문화를 사례로, 서울대학교 지리학과 박사학위 논문.
- 이우종 김남정, 2005, 도시브랜드 이미지의 구성요소와 영향에 관한 연구, 국토계획, 40(6): 177-192.
- 이정훈, 2006, 장소브랜딩모형 구축연구 - 관광부문을 중심으로, 경기개발연구원.
- 이정훈, 2008, 도시 브랜드 정체성 개발 방법론 연구, 경기개발연구원
- 이지혜, 2011, 공공문화콘텐츠를 활용한 플레이스 브랜딩 전략 연구, 영남대학교 대학원 박사학위논문
- 장동련 외, 2010, 도시 브랜드 가치 제고를 위한 플레이스 브랜딩에 관한 연구, 디자인학 연구, 23(4),
- Aaker, D., 1991, Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name, New York: Free Press.
- Kavaratzis M., 2004, From city marketing to city branding : Towards a theoretical framework for developing city brands. Place Branding, 1(1): 58-73.
- Kavaratzis, M. and Ashworth G.J., 2005, City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?. Tijdschrift voor Ecomische en Sociale Geografie, 96(5): 506-514.
- Kohn, M., 2003, Radical Space: Building the House of the People, Itaca, N.Y: Cornell University Press.
- Relph, Edward, 1976, Place and Placelessness. London: Pion.
- Tuan, Yi-Fu, 1974, Topophilia: A Study of Environmental Perceptions, Attitudes, and Values. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.